第一图书网, tushu007.com

<<国际传播发展战略>>

图书基本信息

书名：<<国际传播发展战略>>

13位ISBN编号：9787565701580

10位ISBN编号：7565701580

出版时间：2011-10

出版时间：中国传媒大学

作者：王庚年 编

页数：245

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《国际传播发展战略》以全球化为切入点，结合当今世界主要传媒集团的发展现状，对国际传播发展战略进行详细评析，并以对国际传播能力的评价体系为基础，对中央提出的增强国际传播能力、打造国际一流媒体等发展战略，进行理性思考和经验总结。

在编写过程中，《国际传播发展战略》力图做到宏观战略与中观策略、微观措施相结合，既充分体现国际传播理论研究的全球眼光，又体现出国际传播实践的中国视野。

作者简介

王庚年，1956年8月生，河北大名人。
北京大学中文系毕业，高级编辑。
现任国家广播电影电视总局党组成员、中国国际广播电台台长、总编辑。
1978年8月至1991年4月任中国国际广播电台国内部记者、主任记者、新闻组组长、驻香港记者站首席记者。
1991年4月至1995年12月在中央办公厅调研室工作，先后任助理调研员、调研员、助理巡视员。
1995年12月至200
1年4月任国家广电总局(部)电影局副局长。
1997年5月至2001年4月兼任国家广电总局(部)电影剧本中心主任。
2001年4月至2004年12月任中央电视台副台长。
2001年6月至2005年3月兼任中国爱乐乐团(中国广播交响乐团)团长。
2004年3月至2005年1月在中共中央党校中青班学习。
2004年12月任现职。

<<国际传播发展战略>>

书籍目录

总序
绪论
第一章 全球化视角中的国际传播格局
 第一节 美国舆论主导全球
 第二节 发达国家诸强割据
 第三节 新兴国家寻求崛起
 第四节 全球传播格局中的中国
第二章 国际传播的全球化战略
 第一节 传播范围的全球化
 第二节 传播信息的全球化
 第三节 传播受众的全球化
 第四节 传播影响的全球化
第三章 国际传播的综合化战略
 第一节 规模经营战略
 第二节 媒介并购战略
 第三节 协同整合战略
第四章 国际传播的现代化战略
 第一节 传播手段的现代化
 第二节 传播理念的现代化
 第三节 管理方式的现代化
第五章 国际传播的本土化战略
 第一节 国际传播本土化的意义
 第二节 内容本土化战略
 第三节 人才本土化战略
 第四节 运营本土化战略
第六章 国际传播能力的评价体系
 第一节 国际传播与国家综合国力
 第二节 国际传播能力的组成
第七章 国际传播的核心竞争力
 第一节 媒体核心竞争力
 第二节 媒体核心竞争力与增强国际传播能力
第八章 我国的国际传播理念
 第一节 中国立场
 第二节 世界眼光
 第三节 人类胸怀
第九章 构建我国的国际一流媒体
 第一节 构建国际一流媒体发展战略的提出背景
 第二节 国际一流媒体的形成原因
 第三节 国际一流媒体的基本特征
 第四节 我国主流国际媒体与国际一流媒体的差距
 第五节 构建我国国际一流媒体的战略举措
第十章 国际台增强国际传播能力的实践和规划
 第一节 国际台增强国际传播能力的初步实践
 第二节 国际台增强国际传播能力的总体规划
参考书目

第一图书网, tushu007.com

后记

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com